

互联网+背景下高职院校市场营销专业人才培养探析

王新锋

(潍坊工程职业学院经济管理系, 山东 潍坊 262500)

摘要: 随着“互联网+”时代的来临, 诸多产业领域的发展受到了冲击, 也为产业的转型发展提供了重要平台。同时, 互联网+背景下, 教育部门与社会企事业单位对高职院校的教学理念与手段提出了更高的要求, 这就要求高职各个院校的专业教师进行人才培养方面的分析与探究。市场营销是当前时代背景与院校的热门专业, 但是当前高职人才培养体系往往不够完善, 专业课程的设置尚未能够与时代相接轨, 教学实践形式也显得较为单一。本文依据专业课程教学实践对市场营销专业教学中存在的问题进行研究, 并积极探索专业人才的创新式培养模式。

关键词: 互联网+; 高职院校; 市场营销; 人才培养

一、高职市场营销专业人才培养中存在的问题

(一) 教学课程体系缺乏规范性

从当前互联网+时代背景角度分析, 专业教师所设置的课程体系已经难以跟上时代发展需求了。具体而言, 部分院校尚未及时接受与更新教育理念, 使得课程设置缺乏规范性, 教师往往更侧重学生专业理论知识的传授, 使得实践教育活动严重不足。同时, 专业所设置的课程中存在一定的知识重复, 这就极大地影响了时间资源, 而教师在教学之余对更新课程体系投入的关注较少, 使得部分陈旧的理论仍被学生所学习, 不能体现下教育的先进性与时代性。此外, 教师对知识的讲解仅关注表面形式, 容易使教学内容空洞, 难以提升学生的专业能力与职业素养。

(二) 专业教学实践太过单一化

依据科学调查研究表明, 高职院校的市场营销课堂教学内容与“互联网+”的大背景相脱节, 并且职业教育中所涉及的专业知识与内容与未来学生的岗位发展与实际就业存在差距, 更无法满足信息素养的发展与提升要求。高职院校是向社会企事业单位输送实践型人才的重要基地, 尤其需要通过实践教学过程来加深其理论认知。但是, 诸多院校所采用的实践形式仍停留在顶岗实习与综合实训上, 很难与现代化的互联网应用理念相结合, 难以激发学生的了解与学生实践兴趣, 同时, 部分营销方面的理论难以融入到现实工作场景中, 降低了学生学习自信心。

二、“互联网+”下市场营销专业人才的创新式培养模式

(一) 融入创新创业理念, 激发教育活力

随着“互联网+”时代的来临, 高职院校的专业课程体系建设要紧紧抓住这次机遇, 将新时代下大学生创新创业理念融入到专业教学中, 不断地激发学生参与课堂学习的热情, 唤醒教育活力。从学生角度出发, 当前专业学生往往处于90或00后年龄段, 他们的成长时刻伴随着网络信息技术的发展, 他们已经能够主动去了解关于市场营销的创新创业与就业发展。在互联网与大数据时代背景下, 创新创业的准入门槛已经降低, 所以教师在学生掌握互联网技术的基础上注重引导学生去探索与研究创新创业的现实意义与价值, 并鼓励他们利用“互联网+”理念来协同创新与创业,

更多地帮助他们基于校企合作平台来为他们提供更多的创新创业机会。这样就能通过融入创新创业教育理念与内容的方法来将学生与真实创业情景相结合, 在创新教育中引导学生自主研究与探索线上营销、电子商务以及微信开店等创业运营模式, 进而培养专业人才的创新意识。

(二) 应用翻转课堂模式, 推进教学改革

从专业教学改革角度分析, 教师要基于互联网+的时代背景, 积极关注学生多样化的学习需求, 利用翻转课堂教学形式来增强学生的自主学习能力。具体而言, 教师正确看待学生间的个体性差异, 并利用大数据与互联网来网罗符合学生内心要求的教学资源, 在互联网中汲取国内外先进教学经验, 运用信息技术手段来激发学生的主观能动性, 提升他们的独立学习能力。同时, 教师也要精准定位翻转课堂中的教学任务及其目标, 并针对每个学生项目学习进度来加以考核, 再加上配套专题性内容补充, 促使学生梳理清晰并掌握多个重难点知识。为了提升翻转课堂的应用效果, 要积极引进就有先进教育理念与实践教学经验的企业人员来校兼职, 让教师能拥有更多时间去研究与更新教学观念, 使得市场营销类课程能够与“互联网+”、大数据相融合, 提升职业人才的培养质量。

(三) 立足互联网+背景, 深化校企合作

在“互联网+”的新形势下, 专业教师要不断深化与企业合作关系, 不能将学生人才培养局限在校内的课堂与实践, 而应当鼓励学生们走向社会, 实现知识与就业实训的良好衔接。高校对人才的培养需要了解当今时代的企业市场需求, 而建立与深化校企间的合作恰好能够让学专业教师与学生适应与发展所需要的实践能力, 提高他们的职业应变能力。在定期实训环节中, 院校要规划参与企业实习的人数, 并基于“互联网+”平台, 更加顺利与便捷地让学生们深入到工作岗位中去锻炼职业能力。此外, 院校还可与企业协同建立学徒制等协同人才培养关系, 让企业需求与院校人才培育能够得到合理匹配。

三、结语

基于以上阐述可得, 当前市场营销专业教师要意识到“互联网+”带来的机遇与挑战, 并始终坚持创新式人才培养理念, 满足新时代下社会用人单位的实际需求, 推动人才培养模式的改革进程。鉴于此, 高职院校要积极在互联网平台中汲取先进教学经验, 学习并掌握先进的教学手段, 使得学生们听课与实践效果得到票进一步加强, 为社会输送大量职业人才。

参考文献:

- [1] 查君娅, 张孟原, 刘媛媛. “互联网+”视域下基于“双创”能力驱动的高职院校市场营销专业人才培养模式研究[J]. 创新创业理论研究与实践, 2019(10).
- [2] 张晓. “互联网+大数据”背景下市场营销专业人才培养模式研究[J]. 商场现代化, 2017(012): 79-80.